

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Berkomunikasi merupakan kebutuhan manusia yang penting. Manusia sebagai makhluk sosial selalu memerlukan komunikasi melalui proses interaksi dengan yang lain baik antar individu maupun dalam organisasi. Kegiatan dan aktivitas manusia baik secara individual maupun kolektif sangat dipengaruhi oleh komunikasi. Komunikasi juga sangat diperlukan antara organisasi dan publiknya. Salah satu bentuk komunikasi organisasi dan publiknya adalah komunikasi antara organisasi dengan komunitas desa. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang unik dan menarik untuk diteliti sebab komunikasi ini melibatkan strategi komunikasi untuk tingkat pendidikan yang berbeda, perspektif yang berbeda, serta ada banyak ketidakpastian dalam jenis komunikasi antara suatu organisasi yang berinteraksi dengan komunitas desa tertinggal. Lebih lagi jika desa tertinggal itu tidak memiliki listrik sebagai sarana bagi mereka untuk mengakses teknologi informasi dan komunikasi seperti televisi, telepon, internet, radio, dan lain-lain.

Salah satu organisasi yang berinteraksi dengan masyarakat desa tertinggal adalah organisasi Institut Bisnis Ekonomi Kerakyatan atau IBEKA. Organisasi ini sejak tahun 1980, telah bekerja sama dengan pemerintah dalam maupun luar negeri

untuk membangun desa-desa terpencil Indonesia. Hingga saat ini IBEKA telah berhasil memajukan lebih dari 100 desa diseluruh Indonesia, untuk memiliki dan menghasilkan listrik sendiri, yang kemudian dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa tersebut. Sebab masyarakat tesebut dapat mandiri dalam menghasilkan energi sehingga cost atau pengeluaran untuk konsumsi energi bisa dikurangi. Lebih lagi, IBEKA mampu mengembangkan masyarakat untuk menjual listrik yang mereka hasilkan kepada Perusahaan Listrik Negara (PLN), sehingga mereka dapat memilki kas desa yang banyak untuk melaksanakan pembangunan di desanya.

Sedangkan desa yang akan diteliti terkait dengan pembangunan masyarakat pedesaan yang dilakukan oleh IBEKA adalah desa Cinta Mekar, yang terletak di daerah Subang Jawa Barat. Dimana dulunya terdapat 122 warga desa yang belum memperoleh listrik sama sekali, dan kini setelah adanya teknologi mikrohidro mereka dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Dalam perkembangannya desa Cinta Mekar telah menjadi *pilot project* dari program pembangunan masyarakat yang dilakukan oleh IBEKA. Desa Cinta Mekar telah menjadi desa yang memperoleh penghargaan dan *grant* dari Perserikatan Bangsa-Bangsa karena keberhasilan desa ini dalam mengangkat kesejahteraan desa tersebut dengan keluar dari daftar desa miskin, karena adanya perubahan secara financial di desa tersebut. Komunitas desa Cinta Mekar melalui teknologi mikro hidro telah berhasil meningkatkan kesejahteraan bersama serta membantu masyarakatnya yang berada di bawah garis kemiskinan.

Dana untuk membantu warga miskin di daerahnya adalah dari keuntungan yang mereka peroleh melalui penjualan listrik kepada PLN.

Pada tahun-tahun reformasi pemerintah mulai sumber energi lain yang tersedia di Indonesia, seperti potensi hidro yang dapat menghasilkan 75.000 MW tetapi kapasitas yang baru digunakan hanya 4.125 MW. Salah satu dari sekian banyak program sinergis pemerintah dengan berbagai pihak, adalah program pengembangan energi mikro hidro. Program ini dilakukan bekerjasama dengan pihak organisasi swasta, organisasi non pemerintah, organisasi pedesaan, maupun pihak luar negeri. Program pengembangan energi mikro hidro ini sangat bermanfaat mengembangkan energi hidro atau air untuk masyarakat pedesaan yang terpencil dan jauh dari kota untuk penyaluran transmisi. Meskipun saat ini energi mikro hidro hanya mampu menyuplai 6,6% dari penghasil listrik, tetapi energi mikro hidro merupakan ujung tombak dari pengembangan energi di masyarakat pedesaan karena membuat masyarakat pedesaan mampu secara mandiri mengembangkan sistem mikro hidro dan memperoleh listrik secara mandiri atau yang biasa disebut *Self Sufficient Village*.

Secara teknis penggunaan mikro hidro ini pada prinsipnya adalah mengubah energi arus sungai menjadi energi listrik. Arus sungai akan menggerakkan turbin dan turbin ini akan menggerakkan generator yang kemudian akan menghasilkan listrik. Tetapi permasalahan yang sering muncul dalam pengembangan jenis sistem energi semacam ini adalah bagaimana membawa teknologi tinggi seperti generator dan turbin ini ke desa terpencil yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah? Apalagi

ditambah dengan peralatan untuk piranti mikrohidro ini sangat memerlukan perawatan yang intensif dan pengawasan yang seksama.

Tidak semua tenaga ahli untuk pengawasan dan *maintenance* mau untuk dikirim ke desa dan bekerja di desa. Apalagi masih ada 33.000 lebih desa yang belum memperoleh listrik. Maka cara satu-satunya adalah membuat warga di desa itu menjadi tenaga ahli dalam perawatan dan pengawasan mesin. Hal ini tidaklah mudah, mengingat masalah desa yang sangat kompleks, seperti masalah pendidikan, pembagian kerja, dan lain-lain. Sehingga pendekatan sosial justru menjadi pendekatan yang sangat penting bahkan lebih penting dari masalah teknis dan mekanis.

Menurut data Institut Bisnis Ekonomi Kerakyatan, yang sudah membangun 64 desa untuk memiliki listrik secara mandiri, Proyek pengembangan desa mandiri energi memiliki ketergantungan sebesar 70% kepada pendekatan sosial, dan 30% kepada kebutuhan teknis dan mekanis. Ini menunjukkan bagaimana pendekatan komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan di pedesaan.

Dalam proses pendekatan komunikasi ini, hal yang paling menantang adalah bagaimana membawa teknologi dan pengetahuan yang tinggi ke suatu komunitas pedesaan yang berpendidikan rendah. Komunikasi dalam pendekatan kepada komunitas pedesaan menjadi suatu alat yang sangat vital, apalagi dalam kasus masyarakat pedesaan Indonesia yang secara antropologis, merupakan masyarakat kolektif yang banyak melakukan aktivitas komunikasi.

Dalam pendekatan sosial kepada masyarakat pedesaan terutama dalam pengembangan teknologi mikrohidro, sangat mungkin terjadi kesenjangan posisi dalam berkomunikasi. Misalnya dengan perbedaan latar belakang pendidikan, perbedaan pergaulan karena kondisi masyarakat desa yang terisolir, maupun kondisi adat masyarakat yang tertutup. Padahal komunikasi mensyaratkan prinsip *equaling the position*, atau penyamaan posisi dalam persepsi untuk mengurangi ketidakpastian dan mencapai saling pengertian atau *mutual understanding*. Tantangan dalam pendekatan kepada masyarakat pedesaan untuk memasukkan teknologi baru ini memiliki banyak ketidakpastian atau *uncertainty* sebab masyarakat di pedesaan bisa jadi tidak tahu sama sekali tentang teknologi tersebut.

Oleh sebab itu dalam penelitian ini, fenomena membawa teknologi baru ke desa yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah, dapat dikategorikan dalam teori sosiologi difusi inovasi. Teori ini, sering digunakan dalam analisis untuk pelaksanaan program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Teori Difusi Inovasi mengarahkan pengertiannya kepada bagaimana mengkomunikasikan suatu informasi mengenai inovasi dalam hal informasi itu sendiri, teknologi, peralatan, dan lain-lain. Difusi inovasi mengarah pada proses yang mana inovasi tersebut dikomunikasikan melalui media tertentu atau channel tertentu dalam suatu kurun waktu kepada anggota suatu sistem sosial. Sebuah inovasi adalah sebuah ide, praktek, atau objek yang diterima sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau suatu lingkup sosial. Difusi inovasi melibatkan baik media massa maupun channel komunikasi interpersonal (Rogers, 1995:409). Teori ini menarik untuk dimasukkan dalam penelitian ini, sebab

difusi inovasi melibatkan aspek-aspek komunikasi yang penting untuk memperoleh keberhasilan dalam menyebarkan atau menanamkan inovasi dalam benak masyarakat, seperti pesan yang berupa ilmu pengetahuan atau informasi, media penyebaran informasi, siapa yang menyampaikan, dan apa efek informasi mengenai inovasi tersebut kepada masyarakat. Sehingga, dalam proses interaksi antara organisasi dan masyarakat, terdapat proses komunikasi yang dapat dianalisis.

Sementara itu, penelitian ini akan mendiagnosa proses komunikasi yang berlangsung antara organisasi IBEKA dengan masyarakat desa Cinta Mekar dalam rangka pelaksanaan program pembangunan masyarakat, kaitannya dengan difusi inovasi. Untuk melakukan hal itu diperlukan suatu alat diagnosa yang jitu untuk melihat dan mengevaluasi komunikasi yang sudah berlangsung. Oleh sebab itu, penelitian ini akan melakukan audit komunikasi atas program pembangunan masyarakat ini. Audit komunikasi sendiri menurut Jane Gibson dan Richard Hodgett memiliki pengertian yakni suatu analisis lengkap atas sistem-sistem komunikasi internal dan eksternal dari suatu organisasi, dimana ruang lingkup audit adalah meliputi rentangan dari sekedar pertimbangan atas salah satu divisi sampai ke iklim organisasi secara keseluruhan, rentang lingkup tersebut bergantung pada manfaat dan kepentingan pimpinan puncak organisasinya (Hardjana, 2000:10).

Audit komunikasi penting dilakukan sebab IBEKA sebagai organisasi non-profit yang selama kurun waktu 20 tahun sudah banyak melakukan proses difusi inovasi memerlukan data evaluatif mengenai kegiatan mereka yang selama ini memang belum mengarah pada kegiatan audit komunikasi. Dengan dilaksanakannya

audit komunikasi maka hasil penelitian ini akan bermanfaat untuk organisasi ketika akan melakukan proses difusi inovasi kembali di daerah lain. Selain itu kecenderungan IBEKA yang memiliki jenis organisasi dengan tipe komunikasi informal karena berhubungan langsung dengan masyarakat pedesaan maka dengan mengetahui hasil audit komunikasi akan memperlihatkan area komunikasi mana, atau pada komunikasi yang seperti apa yang merupakan area yang harus diperbaiki atau diefisiensikan dan diefektifkan, atau apa kelemahan dan kelebihan proses komunikasi yang selama ini telah dilakukan. Sehingga pada akhirnya akan lahir rekomendasi-rekomendasi yang akan berguna tidak hanya untuk organisasi tetapi juga untuk masyarakat luas, maupun berbagai pihak yang memperoleh manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana komunikasi antara organisasi dengan masyarakat desa dalam program *community development* terutama dalam program pembangunan masyarakat mandiri energi di desa Cinta Mekar Subang?

C. TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui komunikasi antara organisasi dan komunitas desa dalam program *community development* terutama dalam program *pembangunan masyarakat mandiri energi* di desa Cinta Mekar Subang

2. Untuk mengetahui mengenai konsep dan desain komunikasi IBEKA dalam program *community development* di desa Cinta Mekar
3. Untuk mengetahui opini masyarakat dalam menerima program pembangunan masyarakat mandiri Energi di Desa Cinta Mekar

D. MANFAAT

1. Manfaat Akademis:

- a. memperkaya keilmuan mengenai Ilmu Komunikasi terutama dalam hal ini adalah audit komunikasi agar dapat berguna bagi para akademisi
- b. merupakan sarana untuk pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan pendekatan sosial kepada masyarakat pedesaan sebagai salah satu bagian dari lingkup bidang ilmu komunikasi konsentrasi studi hubungan masyarakat

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi referensi bagi para akademisi untuk memperkaya keilmuan dalam pembahasan mengenai audit komunikasi organisasi dalam pembangunan masyarakat
- b. Memberikan referensi yang berupa evaluasi untuk kemajuan organisasi dalam melakukan pembangunan masyarakat dan sekaligus

membuka jalinan kerjasama yang lebih baik dengan pihak universitas dengan organisasi non pemerintah

E. KERANGKA TEORI

Pada bagian ini akan dibahas mengenai teori yang menjadi dasar dari penelitian skripsi ini.

1. Dasar-dasar Komunikasi

Paul Watzlawick (Griffin, 2003:171), mengungkapkan bahwa manusia tidak dapat tidak berkomunikasi. Hal ini sebenarnya menunjukkan bahwa secara teknis seseorang tidak dapat menghindarkan dirinya dari komunikasi. Dimana seseorang berada dan sedang melakukan apa, sebenarnya merupakan suatu petunjuk besar mengenai pesan (Pace, 2005: 28). Seperti dalam definisi menurut Bernanrd Berelson dan Gary A Steiner (1964) bahwa komunikasi adalah transmisi suatu informasi, ide, emosi, kemampuan, atau keterampilan.

Untuk melakukan komunikasi terdapat unsur-unsur yang mempengaruhi, yakni:

- a. pengirim. Merupakan orang/pihak yang mengirimkan pesan, karakteristik sumber mempengaruhi daya terima awal penerima terhadap pesan. Hovlan dan kawan kawan (Cutlip, Center, dan Broom, 2006: 200) menyebutkan dalam risetnya bahwa sumber pengirim

memiliki dampak jangka panjang dan pendek, tergantung pada kredibilitas sumber memperbesar nilai informasi, sedangkan status pengirim, kepercayaan terhadap pengirim, dan keahlian yang dirasakan pada sumber akan menambah bobot pesan.

- b. Pesan. Karakter pesan dianggap penting dalam komunikasi meskipun banyak ahli yang berpendapat bahwa makna yang ada dalam suatu pesan sebenarnya ada dalam benak orang bukan dalam kata-kata itu sendiri. *“the meaning is not in the word but in the mind of people”* (Cutlip, Center dan Broom, 2006:201) demikianlah para peneliti menemukan argumentasi tentang karakter ini. Misalnya dengan adanya pesan yang sama tetapi orang yang menafsirkannya bisa berbeda-beda, ada pula pesan yang tidak mempunyai penjelasan sebab akibat yang sederhana dan langsung tetapi memiliki dampak yang sangat besar.
- c. Medium atau saluran. Dalam menelaah masalah komunikasi mengarahkan bagaimana komunikasi memerlukan suatu alat atau media yang menyalurkan. Medium disini dapat berupa cara berkomunikasi, misalnya melalui media tulis, media audio, atau audio visual, dan lain-lain.
- d. Komunikan, atau penerima pesan. Merupakan pihak yang menerima pesan, dalam konteks komunikasi, bisa saja komunikan ini berupa *audience*. Organisasi, masyarakat, orang-per orang, dan lain-lain.

Lalu apakah sebenarnya tujuan berkomunikasi itu? Pada akhirnya tujuan berkomunikasi sebenarnya adalah *mutual understanding* yaitu dengan mencapai equal position dalam berkomunikasi. Meskipun untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan proses yang tidak mudah, diperlukan kemampuan untuk melakukan *equal positioning* dalam melakukan komunikasi untuk mengurangi ketidakpastian (Griffin, 2003:176).

Teori-teori yang dapat menganalisis kegiatan pembangunan masyarakat di suatu desa antara lain adalah teori-teori yang mengangkat mengenai penerimaan sosial, sebab dalam menyampaikan pesannya organisasi dapat melakukan hubungan interpersonal, yang mana akan terjadi proses pemikiran dalam masyarakat mengenai pesan atau hubungan tersebut, yakni proses pengambilan keputusan.

2. Teori Group Decision Making

Secara teoritis proses pengambilan keputusan ini cocok dengan proses pengambilan keputusan menurut *Adaptive Structuration Theory* yang dianalisis oleh Marshall Scott Poole yakni suatu teori komunikasi organisasi khususnya dalam pengambilan keputusan. Dalam teori ini terdapat beberapa fase yang terjadi dalam pengambilan keputusan sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, yang disebut Fase dalam *Adaptive Structuration Theory* (Griffin, 248):

1. Proses Orientasi atau suatu usaha yang tidak terfokus karena tujuan dari grup ini belum jelas, hubungan belum jelas, dan anggota membutuhkan lebih banyak informasi.

2. Proses *conflict*: yakni suatu proses ketidak setujuan pada bagaimana suatu masalah diselesaikan dan berdebat mengenai berbagai sudut pandang, dan anggota mencoba memberikan pembenaran atas posisi mereka
3. *Coalescence*: yakni suatu proses tekanan yang mulai berkurang karena adanya negosiasi damai, dan anggota komunitas atau organisasi menunjukkan sikap atau kebijakan yang bisa diterima oleh semua anggota
4. *Development*: atau suatu fase dimana grup berkonsentrasi pada cara untuk mengimplemetasikan sebuah solusi dan anggota masyarakat ikut terlibat dan bersemangat

Marshall memberikan contoh mengenai pendapat Anthony Giddens dalam pandangannya mengenai strukturisasi. Dalam teori adaptasi struktural terdapat proses yang disebut sebagai strukturisasi atau proses produksi dan mereproduksi sistem sosial melalui penggunaan anggota pada aturan atau *rule* dan *resources* dalam suatu interaksi. Proses interaksi yang dimaksud disini adalah proses interaksi yang menurut Giddens adalah bagaimana masyarakat bebas bertindak sesuai dengan kebebasan mereka, hanya saja ada aktor sosial yang tahu banyak mengenai bagaimana proses kerja sosial masyarakat dan ketika ditanyai agen sosial ini dapat menjelaskan banyak hal pada hal-hal yang telah mereka lakukan.

Mereka memberikan informasi kepada organisasi mengenai *rule and resources*. *Rule* atau aturan disini adalah sebuah formula aksi yang implisit, atau

merupakan sebuah resep mengenai bagaimana aturan dalam masyarakat serta bagaimana kehidupan mereka. *Resources* atau dalam hal ini merupakan kemampuan, pengetahuan, kepemilikan yang relevan yang dibawa individu di suatu komunitas dalam proses interaksi. Demikian pula proses pemberian informasi mengenai *resources* ini diberitahukan kepada organisasi misalnya mengenai kepemilikan tanah, kemampuan individu di desa mengenai suatu keahlian tertentu (keahlian teknis atau konstruktif), kondisi keuangan desa dan keuangan masyarakat.

Dalam pengambilan keputusan yang terstruktur menurut Giddens dan Poole (Griffin, 2003: 249) proses komunikasi dengan kelompok yang lebih kecil akan memberikan perbedaan dalam hal komunikasi dan informasi, sebab grup yang lebih kecil memberikan lebih banyak kesempatan pada seseorang untuk berbicara dan mengemukakan pendapat.

3. Audit Komunikasi

a. Pengertian Dasar Audit Komunikasi

Audit komunikasi sendiri menurut Jane Gibson dan Richard Hodgett memiliki pengertian yakni suatu analisis lengkap atas sistem-sistem komunikasi internal dan eksternal dari suatu organisasi, dimana ruang lingkup audit adalah meliputi rentangan dari sekedar pertimbangan atas salah satu divisi sampai ke iklim organisasi secara keseluruhan, rentang lingkup

tersebut bergantung pada manfaat dan kepentingan pimpinan puncak organisasinya (Hardjana, 2000:10).

Tujuan dari audit komunikasi yang paling jelas tentu adalah perbaikan atas sistem tersebut. Ini didukung dengan pengertian audit komunikasi menurut definisi operasional menurut Anthony Booth adalah proses pembuatan analisis atas komunikasi-komunikasi di dalam organisasi oleh konsultan internal atau eksternal dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi organisasi.

Audit komunikasi sendiri memiliki beberapa tujuan (Hardjana, 2000: 16-17) yakni:

- (1). untuk mengetahui apakah dan dimana terjadi kelebihan (overload) atau kekurangan (underload) muatan komunikasi berkaitan dengan topik, sumber dan saluran komunikasi
- (2). untuk menilai kualitas informasi dan mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi secara khusus mengukur kepercayaan antar pribadi (trust), dukungan, keramahan, dan kepuasan kerja
- (3). untuk mengenali jaringan-jaringan yang aktif operasional komunikasi non formal dan membandingkannya dengan komunikasi formal
- (4). untuk mengetahui sumber-sumber kemacetan (bottleneck) arus informasi dan para penyaring informasi (gatekeeper) dengan memperbandingkannya dengan peran masing-masing dalam jaringan komunikasi
- (5). untuk mengenali kategori dan contoh pengalaman dan peristiwa komunikasi yang positif maupun negatif
- (6). untuk menggambarkan pola-pola komunikasi pada tingkat pribadi, kelompok maupun organisasi berkaitan dengan komponen komunikasi, frekuensi dan kualitas interaksi
- (7). untuk memberikan rekomendasi tentang perubahan atau perbaikanyang perlu dilakukan

Sesuai dengan alasan pokok penyelenggaraan audit komunikasi, tentu saja audit komunikasi disini dimaksudkan untuk mengetahui apakah program-program komunikasi berjalan dengan baik, membuat diagnosis tentang

masalah-masalah yang terjadi dan peluang apa yang terbangun percuma, serta memberikan rekomendasi-rekomendasi yang penting untuk efisiensi proses komunikasi yang dilakukan.

b. Perencanaan dan Model Audit Komunikasi

Organisasi profesi *International Communication Association (ICA)* telah menyediakan standar baku atau prosedur baku untuk audit komunikasi di kalangan pengguna public. (Hardjana, 2000: 39) Perencanaan audit meliputi lima kegiatan yakni:

- (1) merumuskan tujuan-tujuan khusus dari audit komunikasi
- (2) membuat perkiraan awal tentang hambatan komunikasi yang akan ditemui
- (3) penentuan langkah alternative
- (4) penentuan pilihan
- (5) merumuskan rencana pelaksanaan audit

Model yang cocok digunakan dalam melakukan audit komunikasi untuk dampak komunikasi yang dilakukan oleh organisasi nir laba kepada masyarakat sehingga membuat manajemen menyadari kondisi lingkungan luar adalah Model Profil Komunikasi Keorganisasian atau *Organizational Communication Profile* atau disingkat OCP yang pada dasarnya merupakan model analisis fungsional sistem organisasi. Secara teknis, analisis fungsional dapat dikatakan sebagai pencarian dimana kesalahan-kesalahan yang terjadi sehingga dapat membantu peningkatan efektivitas organisasi. Menurut Edgar Schein (Hardjana, 2000: 50), ada beberapa unsure kritis yang membutuhkan pemeriksaan, yakni:

Tabel 1: Indikator dalam Konsep Audit Komunikasi

Unsur Pemeriksaan	Keterangan
Komunikasi	mengenai bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh organisasi terhadap publiknya
peran dan fungsi masing-masing anggota dalam kelompok	Unsur ini adalah mengenai peran dan fungsi yang dilakukan oleh setiap individu dalam kelompok
Pemecahan masalah dan pembuatan keputusan kelompok	Mengenai bagaimana kelompok menyelesaikan masalah dan membuat suatu keputusan kolektif
norma-norma kelompok dan pertumbuhan kelompok	Nilai-nilai yang dipegang oleh kelompok termasuk prinsip dan latar belakang yang mempengaruhi kelompok tersebut berkembang
Kepemimpinan dan kewenangan	Bagaimana pemimpin baik formal maupun informal melaksanakan kepemimpinannya dan kewenangan yang dilakukan
Kerjasama maupun persaingan antar kelompok	Kerjasama atau persaingan baik yang terjadi di dalam maupun di luar kelompok

Sumber: Audit Komunikasi (Hardjana, 2000: 17)

Pembuat analisis fungsional mencoba mencari faktor-faktor penyebab atau pengaruh yang menimbulkan persoalan-persoalan yang timbul dengan harapan ia dapat mengatasi persoalan tersebut. Jadi pertanyaan yang harus dijawab yakni :

- (1) apakah yang merupakan ciri-ciri khusus organisasi ini?
- (2) Apa yang membuat organisasi ini sehat?
- (3) Apa saja yang perlu diperbaiki.

Artinya bahwa model analisis fungsional ini memandang komunikasi keorganisasian sebagai faktor penyebab efektif dan tidak efektifnya kerja fungsional organisasi atau sebagai simptom atau gejala tidak sehatnya kemantapan proses komunikasi. Untuk itu dalam audit komunikasi jenis ini, peneliti dituntut untuk peka terhadap simptom atau apakah faktor tersebut merupakan sebab musabab dari terjadinya suatu hal.

Konsep penting yang terdapat dalam analisis fungsional ini, menurut Wayne Pace dan Don F. Faules (1994: 331) adalah

- (1) konsep mengenai unit-unit komunikasi: yakni konsep yang melukiskan dan memaparkan struktur kewenangan, tugas, tanggung jawab, dan kedudukan para karyawan.
- (2) teknologi dan arus informasi: yakni menguraikan mengenai arus informasi dan peralatan yang digunakan untuk menyalurkan informasi tersebut

(3) kejernihan pesan: yakni mengukur kejernihan pesan dan distorsi dalam pengiriman pesan

(4) kecukupan informasi: yakni mengukur kecukupan informasi pada komunikasi antara atasan dan bawahan

(5) Kepuasan komunikasi: mengukur tingkat kepuasan karyawan dalam komunikasi

(6) Iklim komunikasi: mengukur iklim komunikasi di lingkungan kerja, juga dapat mengukur dengan menganalisis atas aturan-aturan komunikasi.

Keenam poin ini dapat dibagi lagi menjadi beberapa pengertian yang lebih kecil lagi, terutama berkaitan dengan model OCP atau Profil Komunikasi Keorganisasian, yakni:

(1) kepuasan organisasi: yakni kepuasan karyawan mengenai kerja, supervisi, gaji, tunjangan termasuk fasilitas, promosi karyawan, dan teman sejawat

(2) iklim organisasi: hal ini adalah mengenai pengalaman dan persepsi karyawan baik mengenai kepercayaan, partisipasi dalam pembuatan keputusan, pemberian dukungan, dan lain-lain

(3) kualitas media: hal ini utamanya mengenai persepsi karyawan tentang berbagai dokumen tertulis misalnya buletin, laporan, dan pedoman, baik hal ini mengenai daya tariknya, cocok atau tidaknya, dan terpercaya atau tidak

(4) kemudahan perolehan informasi: hal ini adalah mengenai persepsi karyawan mengenai perolehan informasi dari berbagai sumber, misalnya dari atasan kepada bawahan

(5) Penyebaran informasi: yakni mengenai persepsi karyawan tentang penyebaran informasi dalam struktur organisasi, dan mengenai peristiwa terkini

(6) Muatan informasi: yakni mengenai pengalaman dan persepsi karyawan atau masyarakat mengenai kecukupan informasi, kekurangan informasi, kelebihan informasi, dan kelewatan informasi

(7) Kemurnian pesan: yakni mengenai pengalaman dan persepsi karyawan atau publik dalam organisasi mengenai perbedaan antara pesan yang dimengerti dan yang sebenarnya ada, dan juga mengenai distorsi atau kesalahan

(8) Budaya organisasi: yakni pengalaman dan persepsi karyawan mengenai relasi, nilai dan lingkungan organisasi

Manfaat yang tentu dapat diperoleh dari pelaksanaan audit komunikasi model OCE ini salah satunya adalah menjembatani berbagai rumpang dalam sistem komunikasi. Dimana informasi OCE ini dapat menyingkap informasi yang berupa kelemahan dan kekuatan misalnya mengenai kemampuan organisasi melihat posisi sistem komunikasinya, pengatikan sistem komunikasi internal dan eksternal, proses komunikasi interpersonal, dan sistem adaptasi dalam pemenuhan berbagai kebutuhan organisasi.

Oleh karena itu, jika dilihat dari proses komunikasi yang terjadi antara IBEKA dan Masyarakat Desa Cinta Mekar, dimana sistem komunikasi internal dan eksternal memiliki tujuan untuk pembangunan masyarakat, sehingga bisa jadi pihak eksternal kadang menjadi pihak internal, maka model OCP dalam audit komunikasi akan menjadi efektif untuk dilakukan. Pelaksanaan program pembangunan masyarakat dengan menggunakan teknologi mikrohidro, akan sangat menarik untuk dilihat dalam analisis audit komunikasi, karena dapat menjadi program evaluasi, selain itu kecenderungan program yang membawa informasi dan teknologi masuk ke desa merupakan sebuah tantangan komunikasi yang juga menarik. Untuk itu pembahasan mengenai hal itu akan masuk dalam teori Difusi Inovasi.

4. Difusi Inovasi

Dalam proses pembangunan masyarakat, hal yang paling menantang adalah bagaimana membawa teknologi dan pengetahuan yang tinggi ke suatu komunitas pedesaan yang berpendidikan rendah. Untuk itu Rogers (1995) telah menganalisis secara sosiologis mengenai difusi inovasi. Difusi inovasi mengarah pada proses yang mana inovasi tersebut dikomunikasikan melalui media tertentu atau channel tertentu dalam suatu kurun waktu kepada anggota suatu sistem sosial.

Sebuah inovasi adalah sebuah ide, praktek, atau objek yang diterima sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau suatu lingkup sosial.

Difusi inovasi melibatkan baik media massa maupun channel komunikasi interpersonal (Rogers, 1995:409).

Teori mengenai difusi inovasi menurut Rogers hampir mirip dengan pengertian mengenai teori komunikasi menurut Lasswell (1948) yang memiliki model komunikasi yang cukup terkenal yakni: S-M-C-R-E (sender-message-channel-receiver-effect) atau pengirim, pesan, media/channel, penerima, dan efek. Rogers (1995) menjelaskan kemiripan model ini yakni (1) sender atau pengirim bisa menjadi inventors atau orang yang membawa inovasi atau *opinion leaders*, (2) message atau pesan bisa menjadi ide baru atau produk, (3) channels atau media bisa menjadi komunikasi interpersonal atau media massa, (4) receivers atau penerima bisa adalah anggota dalam sistem sosial, dan akhirnya (5) efek adalah adopsi individual atau perubahan sosial. Dalam teori difusi, poin waktu menjadi faktor yang sangat penting. Berdasarkan Rogers (1995), poin waktu terlibat dalam difusi adalah (1) proses keputusan inovasi (2) innovativeness atau proses inovasi itu; (3) dan tingkat adopsi inovasi.

Lalu pertanyaan yang penting adalah kapankah konsep difusi inovasi ini dilakukan atau terjadi? Difusi inovasi dilakukan atau terjadi ketika suatu ide baru, teknologi baru, produk baru, informasi baru dan hal lain yang dianggap baru yang dimasukkan ke dalam suatu komunitas. Sehingga proses untuk melakukan difusi inovasi ini dapat masuk ke dalam suatu proses untuk

membangun komunitas dan ketika suatu organisasi ingin membangun komunitas, maka hubungan dengan komunitas pun dibangun.

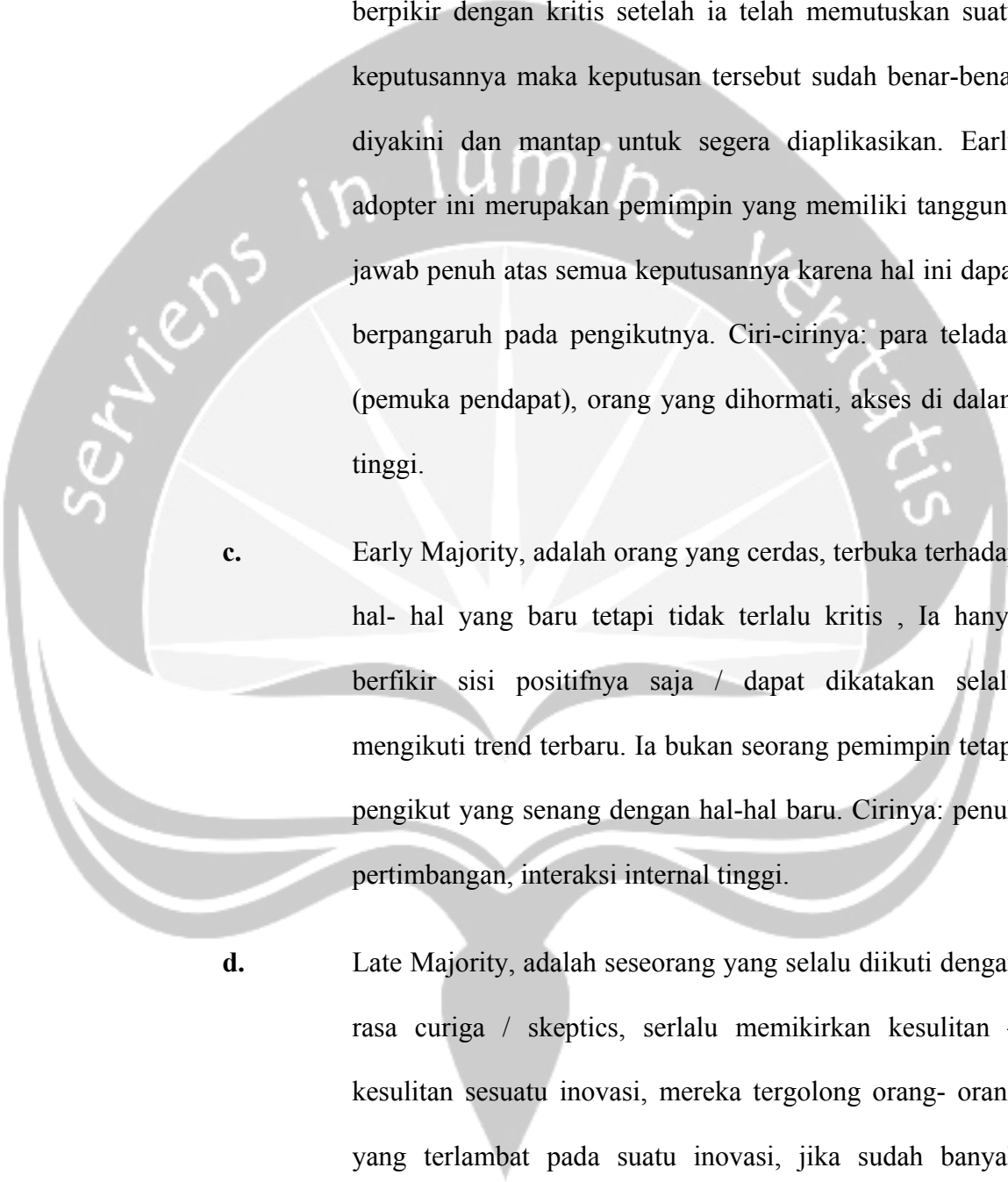
Pendekatan untuk melakukan difusi inovasi banyak dilakukan dengan pendekatan kepada opinion leader dalam suatu komunitas, sehingga proses penyebaran informasi, pesan, maupun proses inovasi tersebut berjalan dengan lebih mudah karena pembentukan opini dan distribusinya telah dilakukan oleh opinion leader. Selain itu opinion leader yang adalah anggota komunitas itu sendiri, akan lebih mudah dipercaya oleh komunitas.

Difusi inovasi menurut Rogers(1962-1995) yakni,

Sebuah proses dimana inovasi difusi dikomunikasikan dalam kurun waktu tertentu, pada anggota sistem sosial tertentu suatu tata hubungan antara individu dengan individu lain.

Tingkatan adopsi yang dijelaskan lebih terperinci oleh Rogers adalah sebagai berikut :

- a. Inovator, merupakan seseorang yang menyukai hal-hal baru, suka dengan eksperimen , biasanya inovator memiliki kedudukan penting dalam masyarakat atau biasanya seorang pemimpin yang memiliki pengaruh terhadap masyarakat. Cirinya: petualang, berani mengambil resiko, *mobile*, cerdas, kemampuan ekonomi tinggi.

- 
- b.** Early adopters, Seseorang yang cepat menerima suatu Inovasi, Cerdas. Ia merupakan seseorang yang selalu berpikir dengan kritis setelah ia telah memutuskan suatu keputusannya maka keputusan tersebut sudah benar-benar diyakini dan mantap untuk segera diaplikasikan. Early adopter ini merupakan pemimpin yang memiliki tanggung jawab penuh atas semua keputusannya karena hal ini dapat berpengaruh pada pengikutnya. Ciri-cirinya: para teladan (pemuka pendapat), orang yang dihormati, akses di dalam tinggi.
- c.** Early Majority, adalah orang yang cerdas, terbuka terhadap hal- hal yang baru tetapi tidak terlalu kritis , Ia hanya berfikir sisi positifnya saja / dapat dikatakan selalu mengikuti trend terbaru. Ia bukan seorang pemimpin tetapi pengikut yang senang dengan hal-hal baru. Cirinya: penuh pertimbangan, interaksi internal tinggi.
- d.** Late Majority, adalah seseorang yang selalu diikuti dengan rasa curiga / skeptics, serlalu memikirkan kesulitan – kesulitan sesuatu inovasi, mereka tergolong orang- orang yang terlambat pada suatu inovasi, jika sudah banyak orang yang menggunakan inovasi tersebut dan terbukti

baik dan aman untuk digunakan maka akhirnya ia baru ikut menggunakan inovasi tersebut. Cirinya: skeptis, menerima karena pertimbangan ekonomi atau tekanan social, terlalu hati-hati.

- e. Laggards/avoiders, Seseorang yang bersikap tertutup terhadap hal-hal yang baru atau seseorang yang fanatik terhadap cara-cara yang sudah ada sebelumnya dan suka dengan cara-cara lama, terlalu kritis terhadap hal-hal baru, tidak antusias menggunakan teknologi yang baru, dan ia akan menggunakan / mengikuti sebuah inovasi jika adanya suatu tekanan dan semua orang sudah lama menggunakannya. Cirinya: tradisional, terisolasi, wawasan terbatas, bukan opinion leaders, sumberdaya terbatas.

Difusi inovasi ini memang secara spesifik mengarah pada proses yang telah dilalui oleh organisasi IBEKA yang membawa inovasi ke desa Cinta Mekar ini. Oleh sebab itu difusi inovasi ini menjadi penting kaitannya dengan proses yang dilalui dan dilaksanakan di desa tersebut oleh organisasi untuk melaksanakan program pembangunan masyarakat.

D. Kerangka Konsep

1. Konsep Audit Komunikasi

Dalam penelitian ini konsep Audit Komunikasi akan lebih ditekankan pada bagaimana program Masyarakat mandiri energi desa Cinta Mekar akan dievaluasi dan diperiksa berdasarkan data atau pernyataan atau strategi yang dipakai oleh organisasi, dan di *cross chek* kepada publiknya. Untuk itu dalam kerangka konsep ini akan dilihat secara lebih spesifik mengenai audit komunikasi seperti apa yang hendak dilakukan dalam penelitian ini.

Tujuan dari audit komunikasi ini pun dilihat secara lebih spesifik, tidak melihat pada rujukan semua tujuan seperti dalam buku *Audit Komunikasi* (Hardjana, 2000:16) tetapi hanya empat tujuan spesifik saja yang ingin diketahui yakni:

- (1) untuk menilai kualitas informasi
- (2) untuk mengenali jaringan-jaringan yang aktif yakni dalam komunikasi non formal dan komunikasi formal
- (3) untuk mengenali contoh pengalaman dan peristiwa komunikasi yang positif maupun negative
- (4) untuk memberikan rekomendasi tentang perubahan atau perbaikan yang perlu dilakukan (Hardjana, 2000:16-17).

Dalam penelitian ini, ingin difokuskan pada keempat tujuan tersebut, dan dapat dijustifikasi bahwa keempat tujuan itu yang dapat dipenuhi dalam penelitian audit komunikasi ini.

Sesuai dengan pengertian dalam kerangka teori mengenai model audit komunikasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini yakni model

Organizational Communication Profile (OCE), maka audit komunikasi dalam penelitian akan mengarah pada beberapa konsep khusus, tidak semua konsep akan dievaluasi dalam penelitian ini, konsep khusus itu antara lain:

- (1) iklim organisasi: hal ini adalah mengenai pengalaman dan persepsi karyawan baik mengenai kepercayaan, partisipasi dalam pembuatan keputusan, pemberian dukungan, dan lain-lain
- (2) kualitas media: hal ini utamanya mengenai persepsi karyawan tentang berbagai dokumen tertulis misalnya buletin, laporan, dan pedoman, baik hal ini mengenai daya tariknya, cocok atau tidaknya, dan terpercaya atau tidak
- (3) kemudahan perolehan informasi: hal ini adalah mengenai persepsi karyawan mengenai perolehan informasi dari berbagai sumber, misalnya dari atasan kepada bawahan
- (4) Penyebaran informasi: yakni mengenai persepsi karyawan tentang penyebaran informasi dalam struktur organisasi, dan mengenai peristiwa terkini
- (5) Muatan informasi: yakni mengenai pengalaman dan persepsi karyawan atau masyarakat mengenai kecukupan informasi, kekurangan informasi, kelebihan informasi, dan kelewatan informasi

Mengapa hal ini, dilakukan? Peneliti melihat bahwa dalam OCE terdapat konsep mengenai kepuasan organisasi, budaya organisasi, dan iklim organisasi,

yang akan menjadi terlalu jauh untuk dibahas dan membutuhkan perangkat yang lebih banyak, sementara peneliti hanya ingin melihat komunikasi dari organisasi terhadap komunitas desa Cinta Mekar ini.

Audit komunikasi dalam model profil komunikasi keorganisasian, menunjukkan bagaimana komunikasi dapat dilihat dalam berbagai macam unsur kritis, demikian pula dalam komunikasi antara IBEKA dengan Desa Cinta Mekar ini unsur tersebut dilaksanakan dan dijabarkan. Antara lain adalah bagaimana komunikasi kedua organisasi tersebut, bagaimana peran dan fungsi masing-masing anggota dalam organisasi IBEKA maupun desa Cinta Mekar, bagaimana pemecahan masalah dan pembuatan keputusan kelompok, bagaimana norma kelompok dan pertumbuhan kelompok itu sendiri, bagaimana kepemimpinan dan kewenangan para pemimpin organisasi dan desa tersebut, bagaimana kerjasama atau persaingan antar kelompok.

2. Konsep Community Development

Dalam penelitian ini, selain audit komunikasi melihat kriteria sesuai dengan konsep dalam audit komunikasi, kriteria lain juga ikut ditambahkan dalam audit komunikasi yakni kriteria dari *community development*. Kriteria yang secara teoritis diperoleh mengenai pembangunan masyarakat, maka akan dimasukkan dalam kriteria judgement dari peneliti kepada proses *community development*.

Pelaksanaan pembangunan masyarakat mandiri energi di Desa Cinta Mekar Subang ini melibatkan sebuah organisasi yang melihat pentingnya kemadirian suatu desa dalam menghasilkan uang untuk desa itu sendiri, dan energi untuk ketersediaan listrik bagi desa itu sendiri. Dalam implementasinya program ini masuk sebagai salah satu bentuk dari *community development*. Tetapi, apa yang dimaksud dengan *community* itu sendiri? Dalam buku *Community Building: What makes it work?* Yang ditulis oleh Mattessich dan Monsey (2001) ada beberapa definisi *community* yakni :

“Community is a feeling that members have belonging, a feeling that members matter to one another and to the group, and a shared faith that member’s needs will be met through their commitment to be together.” (Mc Millan and Chavis, 1986)

Komunitas adalah sekumpulan orang yang mempunyai rasa memiliki antara satu anggota dengan anggota yang lain dalam kelompok dan saling meyakinkan antar anggota dalam kelompok. Keinginan mereka diwujudkan dalam komitmen mereka bersama. Sehingga komunitas merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tingkat kohesivitas dan rasa memiliki yang tinggi antara satu dengan yang lain.

“Community is people that live within a geographically bounded area who are involved in social interaction and have one or more psychological ties with each other and with the place in which they live” (Christenson and Robinson, 1989).

Definisi tersebut merujuk pada suatu pengertian bahwa komunitas adalah orang-orang yang terikat pada suatu daerah geografis yang sama dan terlibat dalam

interaksi sosial dan memiliki satu atau lebih dari satu keterikatan psikologis dengan yang lain dan dengan tempat yang mereka tinggali.

Dalam prakteknya untuk diterima dalam suatu komunitas yang sudah memiliki keterikatan maka diperlukan suatu pendekatan yang dilakukan oleh organisasi. Sehingga secara konseptual, organisasi manapun yang ingin masuk dalam suatu komunitas dituntut suatu keberanian melakukan hal-hal nantinya dapat mendukung penerimaan masyarakat terhadap organisasi.

Dalam bukunya, Seitel (1998:351) menjelaskan bahwa agar suatu organisasi dapat diterima keberadaannya oleh masyarakat sekitar komunitas, maka ada tiga hal yang menjadi tuntutan untuk dilakukan. Pertama adalah dengan mengetahui tanggapan masyarakat serta apa yang masyarakat ketahui mengenai organisasi. Yang kedua adalah menginformasikan kepada komunitas atau masyarakat setempat sudut pandang perusahaan. Sedangkan yang terakhir adalah adanya negosiasi antara organisasi dengan masyarakat setempat sehingga tercapai suatu kesepakatan sehingga tidak ada pertentangan yang signifikan.

Untuk itu secara jelas dapat dilihat dalam penjabaran berikut, yakni:

1. *How is the community structured?*

Bagaimana struktur komunitas atau masyarakat di daerah tersebut. Apakah komunitas tersebut bersifat homogen atau heterogen baik secara formal maupun informal. Serta bagaimana struktur atau saluran informasi yang digunakan oleh komunitas tersebut untuk berkomunikasi

2. *What are the community strength and weakness?*

Kekuatan dan kelemahan dari suatu komunitas juga harus menjadi pertimbangan, termasuk masalah-masalah khusus apa yang dialami oleh komunitas tersebut. Selain itu juga bagaimana keadaan ekonomi dan politik lokal di komunitas tersebut. Serta keunggulan apa yang dimiliki oleh komunitas di daerah tersebut dalam hal sumber daya alam, manusia, budaya, dan lain-lain.

3. What does the community know and feel about the organization?

Apa yang diketahui dan dirasakan oleh komunitas menyangkut keberadaan organisasi juga harus menjadi salah satu hal yang harus dipertimbangkan. Apakah komunitas dimana suatu organisasi berada mengetahui apa saja produk, pelayanan, hal-hal yang dilakukan serta peraturan apa saja yang dimiliki oleh organisasi. Apakah ada kesalahpahaman dalam komunitas yang menyangkut keberadaan organisasi serta apa yang menjadi harapan komunitas tersebut terhadap keberadaan dan aktivitas yang dilakukan organisasi. (Ibid, 1998:276).

Definisi yang merujuk pada Program *Community Development*, menurut organisasi *The Community Development Challenge* dari Inggris dalam Jurnal Laporannya (2009: 3), adalah:

*"A set of values and practices which plays a special role in overcoming poverty and disadvantage, knitting society together at the grass roots and deepening democracy. There is a Community Development profession, defined by national occupational standards and a body of theory and experience going back the best part of a century. There are active citizens who use Community Development techniques on a voluntary basis, and there are also other professions and agencies which use a Community Development approach or some aspects of it."*²

Sumber diambil dari: Community Development Foundation for Communities and Local Government.
<http://www.cdf.org.uk/SITE/UPLOAD/DOCUMENT/communitydevelopmentchallenge.pdf>.
Retrieved 2009-02-13.

Sehingga ada faktor-faktor yang menjadi kata kunci atau criteria yang dapat dicatat yakni adanya:

- a. adanya nilai-nilai yang dianut
- b. praktek yang dilakukan
- c. adanya peran khusus yang dilakukan
- d. dalam pemberantasan kemiskinan dan kerugian
- e. yang menyatukan komunitas dalam akar rumput dan mengerti arti demokrasi

Dalam hal ini, ada organisasi yang memang bergerak khusus dalam bidang *community development* dan bukan menggunakan hal tersebut dalam rangka program kehumasan seperti *community relations* atau menciptakan *image* tetapi menggunakannya memang sebagai visi dan misi organisasi, seperti yang dilakukan oleh organisasi IBEKA yang memang merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang *community development*, sehingga pembangunan masyarakat merupakan hal yang utama dengan tujuan yakni adanya perubahan sosial dan peningkatan kesejahteraan, bukan untuk pembangunan *image* organisasi.

Jika akan melakukan pembangunan masyarakat seperti yang dilakukan oleh organisasi IBEKA dalam program Desa Mandiri Energi Desa Cinta Mekar Subang, maka apa yang dilakukan itu termasuk dalam praktek *community development*, yakni:

“Community Development is a social process by which human beings can become more competent to live with and gain some control over local aspects of a frustrating and changing the world”, (Biddle and Biddle, 1965)

Dalam definisi tersebut, pengertian dari *community development* adalah suatu proses sosial dimana masyarakat menjadi lebih kompeten dalam hidup dan dapat mengontrol aspek yang dapat menimbulkan frustrasi yang muncul dari perubahan yang terjadi. Sehingga kriteria yang dapat dicatat adalah:

- a. masyarakat menjadi lebih kompeten
- b. ada kendali pada aspek lokal


Definisi lain menurut Huei (1976, in Christenson and Robinson, 1989) adalah *community development* merupakan proses pengambilan keputusan lokal dan pengembangan dari program yang dirancang untuk membuat komunitas memiliki tempat yang baik untuk hidup dan bekerja.

Sehingga dalam definisi tersebut diperoleh dua poin kriteria yakni:

- a. adanya pengambilan keputusan lokal
- b. komunitas memiliki tempat yang baik untuk hidup dan bekerja.

Tujuan dari *community development* menurut *Guideline on Community Development within IBEKA*, adalah untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan perkapita masyarakat di sekitar daerah operasi organisasi dengan cara menggali potensi yang berasal dari daerah tersebut. Sedangkan prinsipnya adalah:

- a. adanya komitmen kuat dari pihak organisasi
- b. Prioritas dasar dari program pembangunan komunitas ini adalah apa yang diperlukan dan diinginkan oleh masyarakat sekitar daerah operasi. Hal ini dilakukan melalui proses *Bottom-up*.

- 
- c. Seluruh program *community development* harus memberikan keuntungan baik jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang.
 - d. Program *Community Development* merupakan fasilitator, simulator dan integrator untuk menggali kemampuan yang dimiliki masyarakat di sekitar daerah operasional
 - e. Program *Community Development* harus dilakukan secara berkesinambungan serta membawa dampak
 - f. Program *Community Development* harus dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan dampak perubahan ekonomi dan sosial yang signifikan
 - g. Seluruh hasil program *Community Development* harus dapat mengatasi kelemahan-kelemahan dalam bidang sosial, ekonomi serta budaya masyarakat di sekitar wilayah operasional pertambangan minyak dan gas bumi.
 - h. Pengembangan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat disekitar daerah operasional dilakukan melalui jalur-jalur:
 - (i) institusi tradisional atau lokal di daerah tersebut
 - (j) pemerintahan daerah
 - (k) forum keagamaan
 - (l) institusi pendidikan

(m) organisasi sosial, ibu-ibu, atau kepemudaan

(n) organisasi di luar pemerintahan

Penelitian ini, dalam rencana konsepnya juga akan melihat bagaimana konsep *Community development* ini diterapkan dalam strategi IBEKA di proyek masyarakatb mandiri energi Desa Cinta Mekar Subang.

E. Definisi Operasional

Secara Spesifik, sesuai dengan turunan konsep dalam model Profil Komunikasi Organisasi, maka penelitian ini akan lebih melihat pada konsep mengenai informasi dari IBEKA kepada Desa Cinta Mekar, hal ini terkait dengan pelaksanaan teori difusi inovasi yang memiliki pandangan dominan mengenai pesan. Berikut daftar nilai-nilai yang akan masuk dalam konsep penelitian ini:

Tabel 4: Teori dalam Audit Komunikasi

Teori dalam audit komunikasi model OCE	Indikator
1. Iklim komunikasi	Pengalaman dan persepsi masyarakat atau pengurus organisasi mengenai Saling percaya Partisipasi dalam pembuatan keputusan

	<p>Pemberian dukungan</p> <p>Keterbukaan dalam komunikasi ke bawahan</p> <p>Kerelaan mendengar komunikasi dari bawahan</p> <p>Keprihatinan untuk tingkat kinerja tinggi</p>
2. Kualitas media	<p>Persepsi masyarakat maupun pengurus organisasi mengenai berbagai dokumen tertulis terutama mengenai</p> <p>Daya tarik untuk dibaca</p> <p>Cocok atau sesuai</p> <p>Efektif</p> <p>Terpercaya atau dapat diandalkan</p>
3. Kemudahan memperoleh informasi	<p>Persepsi masyarakat desa atau pihak pengurus organisasi dari berbagai sumber misalnya dari</p> <p>Atasan langsung atau lebih tinggi</p> <p>Kelompok</p> <p>Bawahan</p> <p>Dokumen penerbitan</p> <p>Obrolan lisan</p>
4. penyebaran informasi	<p>Persepsi masyarakat mengenai</p> <p>Penyebaran informasi mengenai penyelenggara program</p>

	Penyebaran informasi mengenai teknologi mikro hidro atau pengetahuan yang mendukung Penyebaran informasi mengenai peristiwa terkini berkaitan dengan program pembangunan masyarakat
6. Muatan informasi	Pengalaman dan persepsi masyarakat atau pengurus organisasi mengenai kecukupan informasi Kekurangan informasi Kelebihan informasi Kelewatan informasi
6. kemurnian pesan	Pengalaman dan persepsi masyarakat mengenai Perbedaan pesan yang dimengerti dan yang sebenarnya ada Distorsi atau kesalahan

Table berdasarkan buku Audit Komunikasi Teori dan Praktek karangan Hardjana (2000:55).

Sedangkan dalam audit komunikasi ini, juga akan diteliti secara lebih rinci mengenai difusi inovasi, sesuai dengan teorinya, maka audit komunikasi juga akan melihat beberapa hal seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 2: Kriteria dalam Difusi Inovasi dan Indikatornya

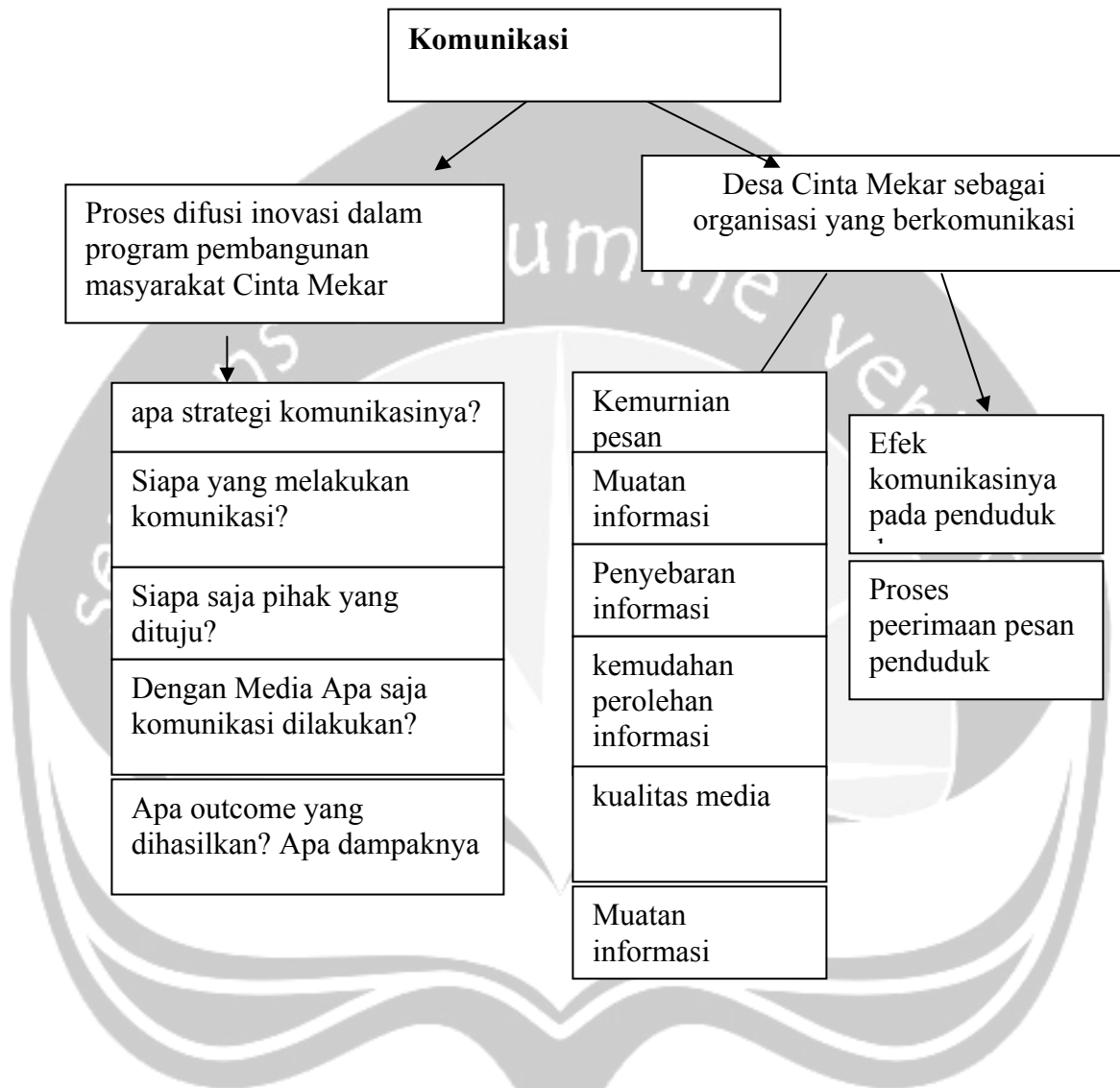
Komponen difusi inovasi dan komponen komunikasi	Indikator yang ingin dicari
1. What?	Apa informasi yang disampaikan? Strategi komunikasi yang seperti apa yang dilakukan?
2. Who?	Siapa yang melakukan penyebaran informasi dan komunikasi?
3. To whom?	Kepada siapa saja komunikasi ditujukan? Siapa sajakah pihak yang menjadi target utama komunikasi dan penyebaran informasi?
4. With What Channel?	Dengan media apa saja penyebaran informasi dan komunikasi dilakukan?
5. With what Effect?	Dengan dampak seperti apa, proses komunikasi tersebut?

Table berdasarkan buku Audit Komunikasi Teori dan Praktek karangan Hardjana (2000:56).

4. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yang akan menjadi landasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagan 1: Kerangka Pemikiran



F. METODOLOGI PENELITIAN

1. metode penelitian

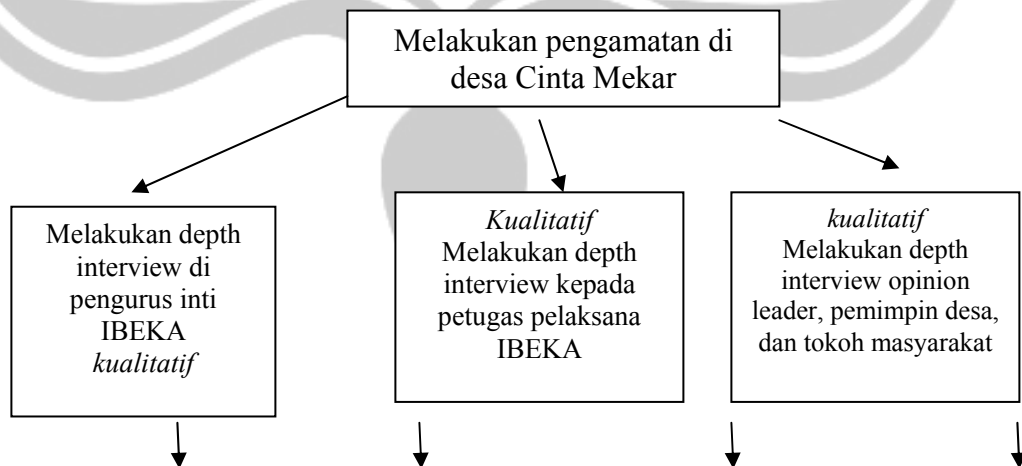
Metode dari penelitian dari audit komunikasi ini adalah dengan menggunakan metode yang deskriptif, dimana peneliti ingin mendeskripsikan secara mendalam

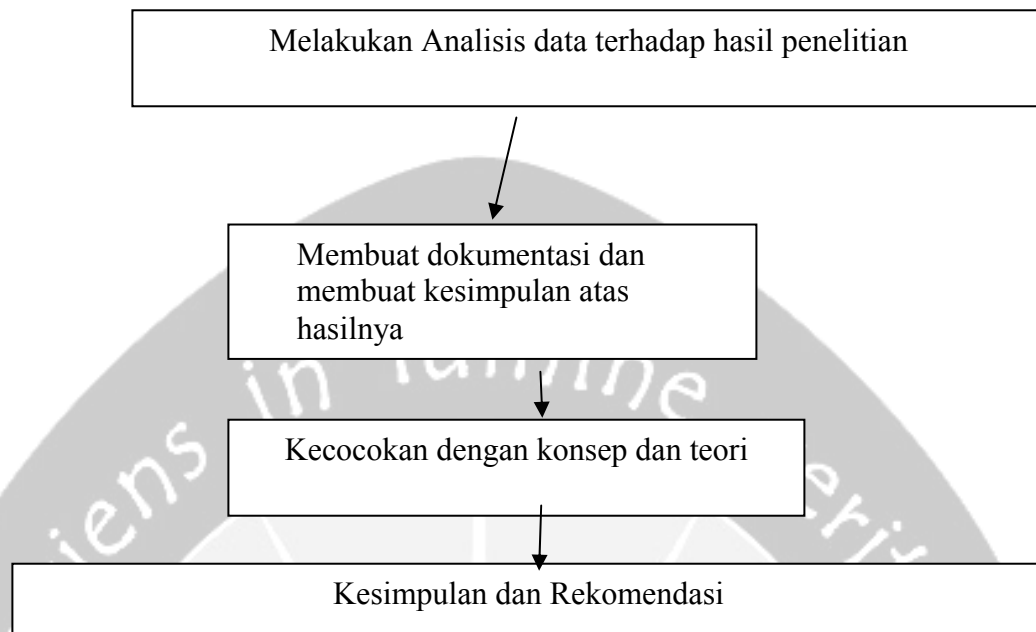
mengenai penelitian ini baik melalui narasumber maupun dokumentasi dan buku yang bisa diperoleh oleh peneliti. Metode penelitian yang deskriptif cenderung bersifat eksplanasi atau penjelasan dan deskripsi mengenai penelitian, dan bukan pada data numerik atau statistik.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian Audit Komunikasi kali ini adalah dengan menggunakan metode Kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk menemukan deskripsi yang rinci mengenai komunikasi dan proses difusi inovasi yang dilakukan oleh IBEKA dalam hal ini menyangkut teori komunikasi organisasi dan difusi inovasi, serta untuk mengetahui dan mengidentifikasi unsur dalam komunikasi dan difusi inovasi yakni *What, Who, To Whom, With What Channel, dan With What Effect*. Berikut penjelasan mengenai deskripsi penelitian audit komunikasi ini:

Bagan 1: Desain Penelitian





3. Definisi Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian

kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, dan berakhir dengan suatu “teori”. Penelitian Kualitatif akan dilakukan dengan *depth interview*. Penelitian melalui *depth interview* bertujuan untuk menemukan masalah yang ada, dan factor-faktor lain yang sulit ditemukan melalui penelitian kuantitatif.

4. Metode Pengumpulan data

Peneliti akan melakukan in depth interview atau wawancara mendalam dengan pengurus utama organisasi atau top manajemen dari organisasi Institut Bisnis Ekonomi Kerakyatan, serta akan melakukan in depth interview dengan pengurus lapangan IBEKA yang menangani proyek Cinta Mekar. Pertanyaan yang diajukan akan lebih bersifat terbuka dan pengembangan pertanyaan akan dilakukan oleh peneliti sehingga data dapat tergali dan teridentifikasi dengan lebih mendalam. Berikut beberapa jenis data yang akan diperoleh:

a. Data primer dari penelitian ini akan diperoleh melalui wawancara mendalam kepada beberapa *key person* yang terlibat dalam proses pembangunan masyarakat desa mandiri energi ini. Tokoh kunci dalam program ini antara lain:

a. Direktur IBEKA: Ibu Tri Mumpuni

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui secara terperinci strategi dan proses awal dari pelaksanaan program Cinta Mekar ini. Hal ini terkait dengan proses perencanaan awal mula

hingga proses penyelesaian program pembangunan masyarakat.

b. Kepala Desa Cinta Mekar: Bapak Endang Sasmta

Bertujuan untuk mengetahui proses awal mula, dan pelaksanaan program pembangunan masyarakat secara menyeluruh dan terperinci.

c. Kepala Dusun 2 Desa Cinta Mekar: Bapak Udin Sumantri

Dengan tujuan untuk mengetahui keterlibatan warga desa Cinta Mekar secara terperinci, juga proses koordinasi dalam desa.

e. Staf Operasional Pembangkit Listrik: Bapak Iyan

Dengan Tujuan untuk mengetahui secara terperinci proses perawatan dan penjagaan pembangkit listrik tenaga air.

f. Perwakilan Wanita : Ibu Yuyun Yuningsih

Dengan tujuan untuk mengetahui secara terperinci keterlibatan wanita dalam program ini.

5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan:

a. wawancara atau depth interview, yakni memberikan pertanyaan mendalam kepada nara sumber yang sudah dipilih sebelumnya sesuai dengan pertanyaan dalam interview guide. Pertanyaan dalam interview guide adalah

pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan teoritis dan konseptual dalam audit komunikasi maupun dalam teori komunikasi lainnya. Dalam wawancara ini, peneliti juga dimungkinkan untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan peneliti.

b. observasi adalah salah satu instrumen bagi peneliti untuk melihat dan mengamati kehidupan di desa dan kondisi masyarakat serta pembangunan yang sudah , dan melalui data tertulis atau literatur dan dokumentasi yang tersedia.

6. Obyek Penelitian Kualitatif

Objek penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk memperoleh data mengenai proses difusi inovasi, maka obyek yang dituju dari penelitiannya adalah IBEKA yang diwakili oleh Direktur IBEKA, Direktur HIPS (sebagai perusahaan yang bekerjasama dengan IBEKA untuk proses mekanik dan teknis) dan staf IBEKA yang terlibat dalam program pembangunan masyarakat. Hal ini penting sebab IBEKA memegang peran penting dalam program pembangunan masyarakat ini yakni sebagai penyelenggara dan fasilitator.

b. Untuk memperoleh data-data untuk audit komunikasi maka obyek penelitiannya adalah komunitas desa Cinta Mekar sebagai obyek dari pelaksanaan program pembangunan masyarakat mandiri energi. Mereka diwakili oleh tokoh-tokoh masyarakat yang penting untuk memperoleh

informasi yang dibutuhkan sesuai dengan poin-poin utama dalam audit komunikasi.

7. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan mengambil lokasi Kantor IBEKA di daerah Jawa Barat, tepatnya di kabupaten Subang, Desa Cinta Mekar.

8. Keabsahan data

Untuk memperoleh kebenaran data, peneliti akan menggunakan triangulasi dengan sumber, berarti membandingkan atau mengecek balik dengan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton, dalam Moleong, 2004:330). Hal tersebut dapat dicapai dengan:

- (a) membandingkan data hasil wawancara dengan staf IBEKA dengan hasil wawancara dengan warga desa
- (b) membandingkan konsep dari organisasi dengan hasil temuan lapangan yakni dalam kuesioner maupun wawancara dengan warga desa yang terlibat aktif
- (c) membandingkan pendapat warga desa yang diperoleh melalui wawancara
- (d) membandingkan konsep atau teori dengan strategi organisasi dalam komunikasi dan hasil wawancara

Triangulasi adalah cara terbaik dalam menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi dan waktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Peneliti dapat merecheck temuan dengan jalan membandingkannya

dengan berbagai sumber, metode dan teori. Peneliti dapat melakukannya dengan teknik:

(a) mengajukan variasi pertanyaan yang mengcross check pernyataan dari organisasi dalam wawancara

(b) mengajukan variasi pertanyaan yang sesuai dengan teori dan konsep

b. Data Sekunder, yang mana data ini akan diperoleh dari dokumen-dokumen atau literatur yang dimiliki oleh IBEKA atau desa Cinta Mekar. Data ini meskipun data sekunder tidak berarti bahwa data ini tidak penting, tetapi justru penting sebagai bagian dari penelitian yang ingin mendeskripsikan sebuah obyek penelitian.

9. Metode Analisis Data

Khusus untuk penelitian Kualitatif penelitian akan mengembangkan pertanyaan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang terdapat pada Kerangka Teori, sehingga pertanyaan dalam penelitian kualitatif akan sangat terbuka, dinamis dan data berkembang menjadi pertanyaan bercabang, sehingga hasil analisa akan banyak dicocokkan dengan teori bahkan bisa jadi peneliti akan menemukan hal yang baru dalam penelitian tersebut.

Proses analisis data pada penelitian ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu data dari hasil wawancara dengan staf IBEKA, eksekutif IBEKA, warga masyarakat utama

yang terlibat aktif dalam program ini. Data dari hasil wawancara tersebut kemudian dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, dokumen pribadi, data juga berasal dari dokumen resmi, gambar, atau foto. Dalam analisis data ini peneliti akan melakukan langkah-langkah analisis seperti yang dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan Michael Huberman (1992:16-20) yaitu:

(1) Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses dimana data-data yang diperoleh dari lapangan tersebut dilakukan reduksi dan dirangkup serta dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal yang penting, serta disusun secara sistematis dengan tujuan agar data tersebut menjadi lebih mudah dipahami dan dikendalikan. Data yang sudah direduksiakan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil penelitian di lapangan. Dalam proses reduksi ini peneliti tidak akan asal mengurangi data tetapi melakukan seleksi atau memilih data mana yang relevan dan bermakna.

(2) Display Data

Display data merupakan tampilan laporan yang merupakan informasi yang diperoleh sebagai hasil reduksi. Bentuk penyajiannya secara sistematis dan dapat mendeskripsikan secara lebih jelas mengenai hasil penelitian.

(3) Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan telah dilakukan sejak penelitian dimulai dan peneliti akan mencari makna dari data yang dikumpulkannya dan melakukan penarikan kesimpulan.

Diharapkan dengan cara ini peneliti dapat memperoleh hasil yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

10. Pelaksanaan Penelitian

Observasi Pra Penelitian : 5 Juni – 14 Juni 2009

Penyelesaian Proposal Penelitian : 22 Januari 2010

Pelaksanaan Penelitian di Subang : 25 Januari – 30 Januari 2010

Penghimpunan data dan Analisis : 1 Februari – 10 Februari 2010